

**FAKTOR – FAKTOR YANG DAPAT MENINGKATKAN  
KEPERCAYAAN UNTUK MELAKUKAN *ONLINE SHOPPING* DAN  
DAMPAKNYA TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK AGRIBISNIS  
SECARA ONLINE DI KOTA SURAKARTA**

**SKRIPSI**



**Oleh :  
Nadiya Rahayu  
H1814006**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2017**

**FAKTOR – FAKTOR YANG DAPAT MENINGKATKAN  
KEPERCAYAAN UNTUK MELAKUKAN *ONLINE SHOPPING* DAN  
DAMPAKNYA TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK AGRIBISNIS  
SECARA ONLINE DI KOTA SURAKARTA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana  
Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret  
Program Studi Agribisnis**

**Oleh:**

**Nadiya Rahayu**

**NIM. H1814006**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2017**

**FAKTOR – FAKTOR YANG DAPAT MENINGKATKAN  
KEPERCAYAAN UNTUK MELAKUKAN *ONLINE SHOPPING* DAN  
DAMPAKNYA TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK AGRIBISNIS  
SECARA ONLINE DI KOTA SURAKARTA**

**Usulan Penelitian untuk Skripsi**

**Oleh:  
Nadiya Rahayu  
NIM. H1814006**

**Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
Pada Tanggal :  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Susunan Dewan Penguji**

**Ketua**

**Anggota 1**

**Anggota II**

**Dr. Ir. Kusnandar, M.Si.  
NIP.196707031992031004**

**Nuning Setyowati, S.P., M.Sc.  
NIP. 198203252005012001**

**Setyowati, S.P., M.P.  
NIP. 197103221996012001**

**Surakarta, Februari 2017  
Mengetahui,  
Universitas Sebelas Maret  
Fakultas Pertanian  
Dekan**

**Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S.  
NIP. 195602251986011001**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat-Nya dan pertolongan-Nya Penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor – Faktor yang Dapat Meningkatkan Kepercayaan Untuk Melakukan *Online Shopping* dan Dampaknya Terhadap Niat Pembelian Produk Agribisnis Secara Online Di Kota Surakarta” dapat disusun dengan baik sebagaimana mestinya. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Skripsi ini dapat disusun dengan baik tak lain telah melibatkan peran berbagai pihak yang turut membantu. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Prof. Dari. Ir. Bambang Pujiasmanto, MS. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta beserta jajarannya.
2. Nuning Setyowati, S.P, M.Sc selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta beserta jajarannya sekaligus dosen Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing skripsi yang selalu memberikan bimbingan, arahan, dan masukan.
3. Dr. Ir. Kusnandar, M.Si. selaku dosen Pembimbing Utama skripsi yang telah berkenan memberikan bimbingan selama proses berjalannya skripsi.
4. Setyowati S.P., M.P selaku penguji skripsi yang telah berkenan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Pihak BAPPEDA, Badan Pusat Statistik, dan Dinas Kominfo Kota Surakarta.
6. Responden-responden yang telah bersedia membantu penelitian ini dengan berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian sehingga memperlancar proses penyelesaian skripsi.

7. Bapak Yook Sudarso dan Ibu Suminten selaku orang tua penulis, beserta adik yang penulis cintai yang selalu memberikan semangat, doa, dukungan, dan kasih sayang yang sangat besar dan tidak pernah putus kepada penulis.
8. Teman-teman Transfer Agribisnis angkatan 2014 yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan selalu kebersamaan dalam perjuangan selama 2 tahun di fakultas pertanian ini
9. Sahabat-sahabat ku yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas segala bantuan, dukungan, semangat dan doa yang membuat perjalanan penyusunan skripsi ini menjadi lebih mudah.
10. Teman-teman Transfer Agribisnis angkatan 2015 yang selalu siap sedia apabila dimintai bantuan, terutama yang berkaitan dengan kegiatan skripsi ini.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang dukungan dan masukan serta bantuannya akan selalu diingat oleh penulis

Selanjutnya, skripsi ini diharapkan dapat membuka wawasan yang lebih mendalam dan dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun yang lainnya. Namun demikian, penyusunan skripsi ini tak luput dari berbagai kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dinantikan demi perbaikan ke depannya.

Surakarta, Februari 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>x</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>xi</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kegunaan Penelitian .....	9
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	11
B. Landasan Teori.....	15
1. <i>E-commerce</i> dan <i>Online shopping</i> .....	15
2. Produk Agribisnis .....	15
3. Tingkat Kepercayaan .....	16
4. Pengetahuan Teknologi Internet .....	19
5. Mutu Perusahaan (Reputasi Perusahaan).....	20
6. Kualitas <i>WebSite</i> .....	21
7. Komunikasi .....	23
8. Niat Pembelian.....	23
9. SEM ( <i>Structural Equation Modeling</i> ) .....	25
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah .....	25
D. Hipotesis .....	28
E. Pembatasan Masalah.....	31
F. Definisi Operasional dan Konsep Pengukuran Variabel.....	32
<b>III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
A. Metode Dasar Penelitian .....	37

B. Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	37
C. Metode Penentuan Sampel .....	38
D. Sumber dan Jenis Data.....	40
E. Metode Pengumpulan Data.....	41
F. Metode Analisis Data.....	42
<b>IV. HASIL PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
A. Kondisi Umum Kota Surakarta.....	46
B. Karakteristik responden .....	46
C. Tanggapan Responden .....	64
D. Hasil Analisis Statistik dan Pembahasan .....	75
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	76
2. Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	82
3. Uji Hipotesis dan Pembahasan.....	85
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
A. Kesimpulan .....	93
B. Saran .....	93

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1.	Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2005-2014.....	2
Tabel 2.	Peningkatan penjualan <i>online</i> Indonesia.....	3
Tabel 3.	PDRB Atas Dasar Harga Konstan Kota Surakarta (dalam jutaan) .....	5
Tabel 4.	Acuan Penelitian Yang Digunakan.....	13
Tabel 5.	Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 6.	Perbandingan Tingkat PDRB Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2015 dengan wilayah penyangga lainnya (dalam juta Rupiah).....	38
Tabel 7.	Kriteria Penilaian PLS .....	45
Tabel 8.	Jenis Kelamin Responden.....	47
Tabel 9.	Rentang Umur Responden.....	48
Tabel 10.	Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	49
Tabel 11.	Jenis Pekerjaan Responden.....	50
Tabel 12.	Pendapatan Responden .....	51
Tabel 13.	Lama Penggunaan Internet/Hari Responden .....	52
Tabel 14.	Jenis Penggunaan Internet dalam Sehari.....	53
Tabel 15.	Jumlah Pembelian Produk Secara <i>Online</i> dari Responden.....	54
Tabel 16.	Jenis Produk yang Dibeli Konsumen Secara <i>Online</i> .....	55
Tabel 17.	Jenis Produk Agribisnis yang Pernah Dibeli Secara <i>Online</i> .....	56
Tabel 18.	Jenis Penjual <i>Online</i> yang Dipilih Responden.....	58
Tabel 19.	Metode Pembayaran Responden dalam Belanja <i>Online</i> .....	58
Tabel 20.	Alasan Ketertarikan Belanja <i>Online</i> dari Responden .....	60
Tabel 21.	Pengalaman Buruk Belanja <i>Online</i> dari Responden.....	61
Tabel 22.	Harapan Responden mengenai Pelayanan dari Penjual Produk Agribisnis <i>Online</i> .....	62
Tabel 23.	Produk Agribisnis yang direncanakan akan Dibeli secara <i>Online</i> .....	64
Tabel 24.	Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan Teknologi Internet.....	66
Tabel 25.	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas <i>Website</i> .....	68
Tabel 26.	Tanggapan Responden Mengenai Mutu/Reputasi Perusahaan .....	69
Tabel 27.	Tanggapan Responden Mengenai Komunikasi .....	71
Tabel 28.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kepercayaan.....	73



Tabel 29. Tanggapan Responden Mengenai Niat Pembelian Produk Agribisnis ....	75
Tabel 30. <i>Outer loading (Mean, STDEV, T-Values)</i> .....	78
Tabel 31. <i>Outer loading</i> Tahap Kedua.....	79
Tabel 32. Nilai Loading AVE .....	81
Tabel 33. <i>Output Cross-Loading</i> .....	82
Tabel 34. Ouput <i>Composite Reliability</i> .....	83
Tabel 35. Nilai <i>R Square</i> ( $R^2$ ) .....	84
Tabel 36. Nilai <i>Path Coefficients</i> .....	86

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.	Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	28
Gambar 2.	Hasil Uji <i>R Square</i> ( $R^2$ ).....	84
Gambar 3.	Ouput Uji Hipotesis .....	86

## RINGKASAN

Nadiya Rahayu. H1814006. 2016. “Faktor – Faktor Yang Dapat Meningkatkan Kepercayaan Untuk Melakukan *Online Shopping* dan Dampaknya Terhadap Niat Pembelian Produk Agribisnis Secara Online Di Kota Surakarta”. Dibimbing oleh Dr. Ir. Kusnandar, M.Si dan Nuning Setyowati, SP., M.Sc. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Perkembangan globalisasi melalui adanya internet berpengaruh terhadap berkembangnya segala bidang salah satunya dunia bisnis. Penjangkauan konsumen lebih mudah dan menawarkan kemudahan dalam bertransaksi. Namun, belum semua masyarakat dapat memanfaatkan kemudahan dalam bertansaksi tersebut dikarenakan kurang adanya kepercayaan. Masyarakat Kota Surakarta merupakan salah satu daerah yang mempunyai potensi untuk dijadikan sebagai tujuan pemasaran dari daerah-daerah penyangga di sekitarnya yang banyak menghasilkan produk agribisnis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan untuk melakukan *online shopping* dan bagaimana dampaknya terhadap niat pembelian produk agribisnis di Kota Surakarta.

Metode dasar yang digunakan adalah deskriptif dengan teknik survei. Metode penentuan lokasi secara sengaja (*purposive*) dengan beberapa pertimbangan, yaitu Kota Surakarta merupakan kota dengan tingkat perekonomian yang paling baik diantara daerah penyangga di sekitarnya berdasarkan tingkat PDRB tahun 2015. Metode pengambilan sampel dengan cara *convenience sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat analisis *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan adalah reputasi perusahaan dan komunikasi sedangkan pengetahuan teknologi internet dan kualitas website tidak berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan konsumen untuk melakukan *online shopping* produk agribisnis di Kota Surakarta. Selain itu berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat pembelian produk agribisnis di Kota Surakarta. Saran yang dapat diberikan yaitu agar para pelaku usaha agribisnis secara online memperhatikan aspek reputasinya masing-masing serta aspek komunikasi antara penjual dan konsumen agar dapat meningkatkan kepercayaan mereka serta dapat mendorong kosumen untuk dapat mendorong niat masyarakat untuk melakukan online shopping produk agribisnis.

## SUMMARY

Nadiya Rahayu. H1814006. 2016. "Factors That Can Improving Trust In Doing The Online Shopping and It's Impact on Purchase Intention the Agribusiness Product By Online In The Surakarta City". Guided by Dr. Ir. Kusnandar, M.Si dan Nuning Setyowati, SP., M.Sc. Faculty of Agriculture. Sebelas Maret University Surakarta.

The expansion of globalization that supported by the internet, influenced indirectly the development of business sector and the other sector. Because of it, reaching the consument is more easier and offering the ease of transaction. But, not all of the society can utilizing the ease of online transaction because they hardly have trust. The society of the Surakarta City is one of the region which has potential as a marketing object of the buffer area surrounding it that producing agribusiness product. Therefore, the purpose of this research is to analyze the influence of factors that can improving trust and analyze the impact of trust in intention to buy the agribusiness product by online.

The basic method is using descriptive with survey technique. The method of determining location is purposive with one judgement that the Surakarta City is a region with the highest economic growth than the buffer area surrounding it (based on PDRB level in 2015). This research is using convenience sampling method. The data that used in this research are primary data and secondary data which gathered trough questionnaire. The analysis method use *Structural Equation Modeling* (SEM) and using *Partial Least Square* (PLS) as tool.

The result showed that factors which has impact on trust are vendor reputation and communication, while the knowledge of internet technology and the quality of website are not significantly influence in trust, especially for doing online shopping the agribusiness product in Surakarta City. It is also found that trust have positive impact on intention to buy agribusiness product. This research provides suggestion into development of online initial trust by consumer and the relationship between trust and purchase intention. The suggestion for the businessman that selling their agribusiness product by online is focusing on their reputation and communication aspect between the businessman and the consumer. The purpose of that is in order to improving their trust and motivating their purchase intention to doing online shopping the agribusiness product.